

Ч ж а н С ю е т и н

студент

1 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного

образования

Московский педагогический государственный университет

Россия, г. Москва

**ВЛИЯНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЫ НА
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОМПАНИИ**

Аннотация:

В статье рассматриваются условия для долгосрочной конкуренции компании.

Ключевые слова: конкуренция, и н н о в а ц и я , к р и з и с .

Zhang Xueting

student

1 courses of a magistrac, Institute of social arts education

Moscow pedagogical state university

Russia, Moscow

**INFLUENCE OF THE MACROECONOMIC ENVIRONMENT ON
COMPETITIVENESS OF THE COMPANY**

Summary:

In article discusses the conditions for long-term competition of the company.

Key words: competition, innovation, crisis.

Неопределенность рынка, вызванная нелинейностью экономического процесса, приведет к хаотическим рыночным условиям, которые зависят от силы информационного процесса экономической системы и быстрого реагирования экономических агентов на меняющиеся условия. Характер этих рыночных процессов привел к множественным изменениям в будущей макроэкономической среде. Поэтому среднесрочное и долгосрочное

прогнозирование очень сложно. Для макроэкономических аналитиков и экспертов начало и конец кризиса неожиданны.

Эффективный метод прогнозирования рынка - это метод сценариев, который может оценить возможность формирования множественных рыночных условий в условиях значительной неопределенности относительно будущих рыночных условий. Этот метод полезен для управления конкурентоспособностью на основе возможного развития макроэкономической ситуации. В методе анализа компания должна предпринять определенные скоординированные действия в быстро меняющейся рыночной ситуации, чтобы поддерживать и улучшать конкурентоспособность своей текущей области сбыта продукции, обеспечивать прибыльность своих активов и обеспечивать реализацию долгосрочных инвестиционных проектов.

Важным направлением анализа влияния макроэкономической среды на конкурентоспособность компаний является изучение асимметричности рыночной информации, которой обладают хозяйствующие субъекты. Это направление исследования рыночного механизма получило развитие в работах Дж. Акелрофа, Дж. Стиглица, Дж. Спенса.

Дж. Акелроф акцентировал в своих работах внимание на тот факт, что продавцы и покупатели обладают разной информацией о качестве товара, являющегося предметом сделки, и по этой причине цена, определяемая в ходе переговоров, не может рассматриваться как показатель, объективно отражающий реальные свойства конкретного товара¹. Из данного вывода следует, что рыночный механизм определяет цены на основе субъективных оценок хозяйствующих субъектов. Следовательно, формирование цен в рыночных условиях может приводить как к недооценке, так и к переоценке товаров по сравнению с их стоимостью, отражающей условия производства и реализации товаров.

¹ Akerlof G. The market for «lemons»: quality uncertainty and the market mechanism II The Quarterly Journal of Economics. 1970. August. № 3.

на наш взгляд, асимметричный эффект рыночной информации характерен для макроэкономической среды. При использовании финансовых методов для управления конкурентоспособностью компании, это будет иметь большое влияние на успех решения. Это следует учитывать, особенно при оценке объема продаж продукции и цен, определении суммы долга и облигаций, оценке инвестиционных проектов и проведении исследований и разработок.

По мнению Дж. Стиглица, появление теории асимметричности рыночной информации предопределило развитие научных представлений о несовершенных рынках, которые не характеризуются эффективностью. На наш взгляд, учет эффекта асимметричности информации, свойственного .

Меры, принимаемые макроэкономическим сектором, включают: Управление рынком реагирует на возникающие макроэкономические условия при управлении конкурентоспособностью компании, без данных о результатах среднесрочных и долгосрочных решений о деятельности конкурентов. В связи с этим особенно важно разработать и внедрить средства в рамках управления рисками. При построении этих мер мы должны прежде всего полностью учитывать факторы развития рыночной ситуации, включая факторы, которые могут возникнуть в будущем. Во-вторых, среди различных возможных контрмер, это включает в себя координацию ранее принятых мер и новых мер по повышению конкурентоспособности компании. В-третьих, сформулируйте план действий по борьбе с кризисом. Последнее особенно важно, учитывая опыт внедрения корпоративного управления рисками в период глобального экономического кризиса. Этот кризис оказывает наименьшее влияние на деловую активность многопрофильных предприятий, он не только осуществляет предпринимательскую деятельность в странах с различным уровнем экономического развития, но также имеет хорошее экономическое кредитование, позволяющее заимствовать средства из текущих прибылей.

«Большие циклы, - писал Н. Д. Кондратьев, - можно рассматривать как нарушение и восстановление экономического равновесия длительного

периода. Основная причина их лежит в механизме накопления, аккумуляции и рассеяния капитала, достаточного для создания новых основных производительных сил... Начало подъема совпадает с моментом, когда накопление и аккумуляция капитала достигают такого напряжения, при котором становится возможным рентабельное инвестирование капитала в целях создания основных производительных сил и рационального переоборудования техники»¹.

Следует отметить, что мотивация для переконфигурирования технологии заключается в получении инноваций, которые могут не только снизить производственные затраты и улучшить качественные характеристики продукта, но и в корне привести к появлению новых потребительских продуктов. Особенно сильное восстановление мировой экономики в 1990-х годах. Это связано с массовым производством персональных компьютеров в 20-м веке, производством Интернета и выпуском мобильных телефонов. Волна Кондратьева привела к появлению новых крупных компаний, производящих технологически продвинутые продукты, и в то же время преждевременного банкротства в отсталых отраслях, которые не смогли генерировать стабильную прибыль.

Следовательно, условиями длительной конкурентоспособности компаний являются, во-первых, предвидение изменений в направлениях инновационного развития; во-вторых, достаточность финансовых ресурсов и их эффективное использование при развитии перспективных производств.

Литература:

1. Akerlof G. The market for «lemons»: quality uncertainty and the market mechanism II *The Quarterly Journal of Economics*. 1970. August. № 3.

2. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. - М.: Экономика, 2002, с. 400.

3. [Stiglitz J. Information and the change in the paradigm in economics // *The American Economic Review*. 2002. Vol. 92. № 3. P. 466.]

¹ Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. - М.: Экономика, 2002, с. 400.